

1. Рощина Я. М. Социология потребления Текст.: учеб. пособие / Я. М. Рощина М.: Изд. дом ГУ - ВШЭ, 2007. – 447 с.
2. Социологический словарь: [Электрон. ресурс]: Режим доступа: http://www.eso-online.ru/bank_informacii/slovari/sociologicheskij_slovar/

Усольцева М.С.,
г. Екатеринбург

ШОПИНГ КАК ФОРМА ДОСУГА У ПОДРОСТКОВ И СТУДЕНТОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Шопинг перестал быть только необходимостью и утомительной обязанностью у россиян. Шопинг превратился в хобби, увлекательное развлечение и способ проведения досуга. И как вид досуга становится все более и более популярным не только среди взрослого населения, но и у молодежи, в том числе у подростков.

Г.Е. Зборовский отмечает, что в современном российском обществе, вплоть до финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг., резко усилилась ориентация на потребление как доминирующую ценность значительной части населения.[1] Стремление к потребительскому образу жизни и шопинг как доминирующий вид деятельности в его структуре демонстрируются повсеместно, с широким использованием телевидения, глянцевого журналов, иных СМИ. А главное состоит в том, что показываются покупательские ориентации престижных социальных общностей – политиков, спортсменов, артистов. А это не может вызвать удивление стремление многих групп молодежи им подражать.

Но, к сожалению, в современной отечественной социологии недостаточно внимания уделяется изучению шопинга, как досуга и как социального явления.

Для начала необходимо уточнить и развести понятия «свободное время» и понятие «досуг». Мы считаем, что более правильный подход – разделять, разграничивать понятия «досуг» и «свободное время».

В западной социологии эти понятия практически слились, используются как синонимы. Однако мы считаем, что это не совсем правильно. Поэтому в данной работе мы будем понимать под понятием «свободное время» - время, свободное от обязательных дел и которое человек может потратить на любое занятие. А досуг – это и есть те занятия, которым человек заполняет свое свободное время.

После рассмотрения определения «досуга» и «свободного времени» перейдем к характеристике его функций. Мы выделили функции досуга – это функции отдыха, развлечений, развития, а также компенсаторная, экономическая, социальная и культурная функции.

Отдых, развлечение и развитие личности - это первичные, явные, очевидные функции свободного времени, лежащие, так сказать, «на поверхности» этого феномена. Но есть так же и вторичные функции.

Экономическая функция досуговой деятельности состоит в использовании свободного времени для подготовки его субъекта к последующей профессионально-трудовой деятельности.[2]

Что касается связи между свободным временем и социальной стратификацией, то, по всей видимости, можно говорить о характере использования свободного времени как об одном из критериев стратификационных различий в обществе. В этом состоит одна из социальных функций свободного времени.

Еще одна функция свободного времени, которая была названа, - культурная. [3] Благодаря его использованию в определенных направлениях люди вовлекаются в различные способы и формы культурной жизни, образования, спорта, туризма в т.д.

Компенсаторной функции свободного времени. [4] Суть компенсаторной функции свободного времени в том, что она обеспечивает с

помощью досуговой деятельности компенсацию тех потерь и затрат, которые человек несет в связи с выполнением непреложных обязанностей в рабочее (учебное) и вне рабочее (внеучебное) время.

Наряду с функциями, свободное время характеризуется и определенными дисфункциями. [5] Их суть - в нарушении стабильности и равновесия в обществе через антисоциальное и антиличностное использование свободного времени. Многие люди не могут правильно организовать свой досуг. Отсюда вытекает девиантное поведение и как следствие значительная часть правонарушений и преступлений. Конечно свободное время, не оно само как таковое, не его количество является их причиной. Но, то обстоятельство, что оно зачастую выступает мощным катализатором антиобщественного поведения, в силу своих основных особенностей - свободы, возможности выбора варианта деятельности и др., вряд ли у кого-то вызовет сомнения.

Социологический анализ шопинга как вида досуга также требует уточнения понятия шопинг. Скажем сразу, что шопинг как явление не новое, но как понятие пока что малоизученное.

Шопинг, шопинг (англ. *shopping*) – это походы по магазинам и покупка необходимых человеку товаров. Функции шопинга похожи на функции досуга – это экономическая, социальная, культурная, функция отдыха и развлечения, развития личности, компенсаторная. Таким образом, мы с полным правом можем утверждать, что шопинг является одной из форм досуга.

Шопинг, как вид досуга, в последнее время начал набирать популярность среди представителей молодежи: как студентов, так и среди школьников. Нами было проведено эмпирическое исследование, в котором мы провели свой собственный социологический анализ и сравнили приоритеты в досуге и шопинге между подростками и студентами.

Эмпирический анализ досуга позволяет сделать следующие выводы.

1. Современная система ценностей подростков и студентов строится не на материальных, а на нравственных, «вечных» ценностях (Семья, друзья и т.д.).

2. Подростки предпочитают пассивный отдых (в частности компьютер), студенты наоборот, предпочитают активный.

3. Шопинг для большинства подростков не досуг, а способ удовлетворения человеческих потребностей, то есть для подростков шопинг выполняет чисто практическую функцию. Студенты же начинают получать от шопинга удовольствие и отдых.

4. Несмотря на ограниченные финансовые ресурсы, подростки в магазины ходят для того, чтобы делать покупки.

Конечно, подростки занимаются шопингом в свое свободное время, когда оно у них есть, когда есть деньги (особенно если сами зарабатывают), и они их могут тратить, как хотят. Но все-таки для современных подростков шопинг не стал (пока) формой досуга.

Но такое положение вещей меняется, когда подростки взрослеют и становятся старше, заканчивают школу. Вот тогда шопинг и становится популярным видом отдыха – особенно у девушек, которые думают о своей внешности, хотят всегда хорошо выглядеть, интересуются модой.

Так же в ходе исследования удалось выявить следующие факторы, влияющие на шопинг как форму досуга: объективные – пол, возраст, СМИ, реклама, мода и субъективные – мотивация, интерес к шопингу, личный опыт респондентов.

Главная, выдвинутая нами гипотеза о важности шопинга как досуга подтвердилась частично. Для большинства подростков шопинг выполняет чисто практическую функцию, то у студентов уже намечается тенденция в том, что шопинг все больше и больше становится формой досуга, которая выполняет функции релаксации, саморазвития и развлечения. У студентов шопинг становится досугом.

Литература

1. Зборовский Г.Е. Теория социальной общности: Монография.- Екб. Гуманитарный университет. 2009
2. Г.Е. Зборовский. Социология досуга и культуры. Социологические исследования. М.,2006
3. Г.Е. Зборовский. Указ. Соч.
4. Г.Е. Зборовский. Указ. Соч.
5. Г.Е. Зборовский. Указ. Соч.

Хрыпова С.И.,
г. Екатеринбург

ОТЧУЖДЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ НОВЫХ СУБКУЛЬТУР И ИДЕОЛОГИЙ

«Свобода относится к культовым ценностям современного общества. При этом свободу все понимают по-разному – что такое свобода, и как ее добиться. Например, многие считают, что деньги дают свободу, другие считают, что больше свободы у бедного, третьи считают, что религия уменьшает степень свободы. В чем, на самом деле заключается свобода, что делает человека свободным?»[1] – гласят первые строчки статьи одного из модных журналов. В самом деле, современное общество имеет множество определений, в том числе, «общество свободы». Свобода как высшая ценность проявляется сегодня во всех сферах жизни, начиная от экономики и заканчивая молодежными субкультурами. «Отчуждение – вот участь отдельного человека при капитализме. Под отчуждением я понимаю такой тип жизненного опыта, когда человек становится чужим самому себе. Он как бы «отстраняется», отделяется от себя. Он перестает быть центром собственного мира, хозяином своих поступков; наоборот – эти поступки и их